

Эластичность предложения можно определить, как степень изменения количества предлагаемых к продаже товаров и услуг в ответ на изменение рыночной цены.

Понятие эластичности позволяет выяснить, как происходит адаптация рынка к изменениям его факторов. Обычно предполагается, что фирма, повышая цену на свою продукцию, имеет возможность увеличить выручку от ее продажи. Однако в действительности так бывает не всегда: возможна ситуация, когда повышение цены приведёт не к росту, а, наоборот, к снижению выручки в силу уменьшения спроса и соответствующего сокращения сбыта.

Основной задачей ценообразования в рыночной экономике становится получение максимальной прибыли при запланированном объеме продаж. Стратегия ценообразования позволяет определить с позиций маркетинга уровень цен и предельные цены на отдельные группы продукции. Фирмы самостоятельно устанавливают цены и стараются убедить покупателей, что их товары и услуги являются специфическими и уникальными. Так же следует учитывать цены на товары – заменители. Цена – единственный элемент традиционного маркетинга, обеспечивающий предприятию реальный доход, так же доход всегда является запланированным.

УДК 331:316.75

### **Особенности мужского и женского коллектива**

Глинский Н.Ю.

Научный руководитель к.с.н., доцент Кандричина И.Н.

Белорусский национальный технический университет

Анализ практики показывает, что существуют типичные связи «руководитель — коллектив (группа)» по гендерному признаку: руководитель-мужчина/женщина возглавляет мужской, смешанный или женский коллективы.

Одновременно имеется «гендерно-управленческая динамика», когда, например, руководитель-мужчина возглавлял какой-то период времени мужской коллектив, а затем ему пришлось управлять женским коллективом и наоборот.

Эти две типичные «ситуации смены коллектива» требуют от руководителя особого внимания. Ситуация «руководитель-мужчина впервые в своей практике возглавил женский коллектив». Женщины-подчиненные очень хорошо чувствуют разделительную грань между добротой и жесткостью своего руководителя. Если его отличает доброта, то со временем не он будет управлять коллективом, а женщины им. Если руководитель жесткий, то это может увеличить напряженность и конфликтность в коллективе из-за непонимания им проблем, связанных с различными семейными обстоятельствами. Ситуация «руководитель-женщина впервые в своей практике возглавила мужской коллектив». Мужчинам в принципе все равно, кто у них руководитель — мужчина или женщина; лишь бы хорошо оплачивался их труд. Поэтому руководитель-женщина может доказать свое формальное и моральное право управления с помощью позитивных результатов работы коллектива.

Бесспорно, что стиль каждого руководителя — как мужчины, так и женщины — индивидуален. Так и любая группа, любой коллектив как определенная совокупность индивидов имеет свои групповые или коллективные особенности.

В гендерных исследованиях, как и в любых других, постоянно приходится оперировать такими категориями, как конкретное и обобщенное, индивидуальное и усредненное.

Их сочетание позволяет получать значимую информацию для объяснения соответствующих явлений, процессов и систем.

УДК 338

### **Саморазвитие менеджера**

Гуторова Е.С.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.  
Белорусский национальный технический университет

Саморазвитие менеджера - это постоянный и комплексный процесс работы над собой, развития своих положительных качеств в разных сферах: физической, интеллектуальной, творческой, эмоциональной, духовной.

Существует немалое количество способов для саморазвития: